“互联网 +”时代出版选题策划的创新策略分析

彭明兰
（化学工业出版社有限公司，北京 100011）

摘　要：互联网技术和现代化信息技术的快速发展给传统出版行业带来了机遇与挑战，想要实现传统出版行业的创新发展，编辑人员首先要改变图书选题策划的工作模式，在图书选题策划工作开展之前相关人员必须深入市场进行调研，明确市场的变化趋势，提高图书内容合理性、实用性。

关键词：“互联网 +”；互联网技术；出版选题策划；创新策略　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671−0134（2022）03−071−03　　DOI：10.19483/j.cnki.11−4653/n.2022.03.022
本文著录格式：彭明兰 .“互联网 +”时代出版选题策划的创新策略分析 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：71−73.

导语

本文主要分析了“互联网 +”时代背景下出版行业变化的趋势，出版单位必须结合自身的实际情况，提升用户意识，明确用户需求。以教辅图书选题策划为例，在教辅图书出版之前，编辑人员必须明确互联网背景下学生学习方式和学校教学模式的变化，充分了解用户的实际需求，提高教辅图书编辑的合理性和适用性，才能提高出版单位的市场竞争力，保证经济效益。

1.“互联网 +”时代加强出版选题创新的重要意义

随着互联网时代的到来，现代化信息技术发展迅速，信息技术的革新改变了人们的阅读方式和阅读习惯，用户通过智能手机就可以查询到需要的图书，人们的阅读时间趋向碎片化，电子版数据受到了广大用户的青睐，给传统纸质出版行业带来了机遇与挑战，加强“互联网 +”时代图书选题策划的创新力度，才能满足当代用户多元化的阅读需求，实现图书行业的进一步发展。

1.1 顺应时代发展的潮流

网络技术的迅速发展给传统出版行业带来的除了挑战还有机遇，图书出版从业人员应该结合时代发展的潮流，加强图书出版选题策划的创新力度，根据用户的阅读习惯和阅读需求以及获取信息的渠道，提高图书学习策划的多样性，为用户创造优质的阅读体验，更好地满足网络时代背景下人们多元化的阅读需求，充分发挥出传统出版行业的自身优势，提高市场竞争力，从而推动图书出版行业的进一步发展。[1]

1.2 满足人们多元化的阅读需求

图书编辑是出版行业最为重要的工作之一，选题策划是出版活动能够顺利有效开展的核心关键。随着“互联网 +”时代的到来，人们的阅读习惯、阅读方式和学习习惯逐渐发生变化，信息时代对传统出版行业图书的选题编辑工作提出了更高的要求，为满足“互联网 +”时代背景下人们多元化的阅读需求，出版行业应该积极改革图书编辑模式，结合图书行业发展的趋势和用户的阅读习惯，探索图书编辑和选题的新模式，利用网络平台与用户建立良好的互动，建立相应的反馈机制，明确读者的具体需求，强化读者意识，才能明确发展方向。[2]

2.“互联网 +”时代教辅图书编辑选题策划的创新策略

2.1 加强读者思维

互联网时代的核心是用户思维，加强用户思维首先要了解读者的实际需求，满足用户的阅读体验，在现代化的互联网技术、信息技术、大数据、云计算的影响下，图书出版行业必须积极探索新的发展模式。[3] 利用新媒体平台建立读者反馈机制，充分了解读者需求，体现出版行业的多元化、个性化发展。与读者建立互动，在选题策划中可以采纳读者有效的建议，对图书的选题进行适当调整，使读者价值体现在图书中，提高出版水平，促进出版行业的长远持续发展。

2.2 展现出小众化思维和云平台思维

小众化思维图书编辑和选题可以更好地聚集用户群体，在互联网的冲击下，读者的需求变得更加多样化，互联网资源所提供的图书种类的丰富度是传统出版行业无法比拟的，出版行业可以取长补短，利用纸质图书小而专的优势，聚焦读者需求，根据自身发展情况和互联网平台的优势，进行差异化分析。从出版社的角度来看，小众思维的编辑和选题模式可以通过定制出版的形式最大限度地满足读者市场的需求，为出版社创造更高的经济效益。[4] 云平台思维要求出版社能着眼未来，明确图书出版行业的发展趋势和发展方向。利用云平台的大数据分析技术，实时了解用户的需求，实现用户的精准定位，利用具备一定影响力的平台推广和销售自己的产品，实现精准营销，利用网络平台展开销售和宣传，可以拓宽传统出版行业的销售渠道，结合线上线下的模式提高经济效益。

2.3 加强创新意识

就目前情况来看，加强教辅类图书的选题设计水平是提高出版社市场竞争力的重要措施，随着课程改革的

不断深入，出版行业要结合相关政策和自身发展的实际情况，深入市场展开调研，积极学习畅销书的特点。在创新过程中要以图书市场的具体需求为核心，提升自身的创新意识，为学校提供良好的教学服务，同时要与学校建立良好的沟通和交流，明确教学需求，掌握课程改革的方向和标准，为教辅类图书的选题、策划、编辑提供保障。

2.4　优化教辅图书的内容设计

随着我国教育事业的普及，教辅图书具有广袤的发展市场，在教辅图书内容设计中，要考虑到图书结构、栏目设计、市场需求等多方面影响因素，做好教辅图书内容设计的整体规划，深入了解图书市场实际情况，相比其他图书而言，教辅图书内容设计变更速度快，在互联网时代背景下，学校教师的教学方式和学生的学习习惯都在发生改变，对教辅图书的内容布局的要求也越来越高，因此出版单位相关人员在教辅图书内容设计过程中，要做好市场调研工作，明确教师和学生的具体需求，在选题策划、图书编辑过程中要与一线教师、市场销售人员以及学校学生建立良好的沟通和交流，采纳多方意见，不断优化内容设计。[5] 一般市场调研流程见图 1。值得注意的是，因为教辅图书具有广阔的发展市场，同行之间的竞争激烈，在图书设计过程中也要借鉴畅销书的特点，与自身进行对比，发现自身的不足，不断优化内容，确保图书的严谨性，知识内容的准确性。这就要求出版人员在选题策划过程中要具备责任意识，为学生教育教学活动提供优质服务，避免因知识点错误或内容设计不合理增大学生的学习难度。

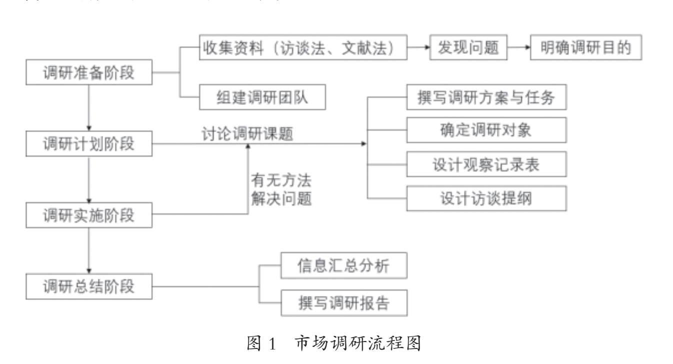


图 1　市场调研流程图

2.5　加强教辅图书编辑的职业素养

编辑人员要不断提高自身理论知识和专业技能，时刻掌握教育改革的具体内容和方向，明确教育改革中的重点内容，深刻意识教辅图书的特点和与其他图书的区别，提升自己的社会责任感，满足教辅图书编辑各方面的要求，提高教辅图书的整体质量。

2.5.1　强化专业知识技能

结合实际情况来看，相比其他图书，教辅图书对编辑人员的专业技能、理论知识和综合能力要求较高。在教辅图书的编辑过程中，编辑人员除要掌握与图书编辑相关的技能和技巧之外，还要具备较强的学科专业知识，理解课程标准的基本要求，明确课程标准理念。与学校建立良好的沟通和交流，明确教学目标和考试大纲的要求，明确教辅图书的用户群体特征，合理设置各个知识点的难度和容量占比，同时要了解清楚教学方式和教学方法，明确不同阶段教育教学的特点，符合新课程改革对学生的要求，助力我国教育事业的稳定持续发展。

2.5.2　强化责任意识

想要提高教辅图书的整体质量，必须要强化图书编辑的责任意识和质量意识。强化责任意识，首先要提高教辅图书编辑人员对图书内容合理性、适用性的审核，避免教辅图书难度过大，增加教师的教学难度和学生的学习难度，如果教辅图书涉及的知识点难度过小，不利于学生学习成绩的提高。[6] 因此，教辅图书编辑人员在内容设计和图书编辑过程中必须充分考虑各类图书的实际应用价值，要以当前的教学实际情况为核心，结合互联网时代背景下的教学特征和学生学习的特点，提高图书设计的合理性、科学性以及全面性。提高内容质量意识要求教辅图书编辑人员加强对图书内容的审核，杜绝图书内容中出现错误的知识点或者与教学大纲要求不符的学习内容，高质量的教辅图书才能受到广大师生的青睐，提高出版单位的经济效益，推动我国图书出版行业的稳定持续发展。

2.6　全过程加强教辅图书选题策划工作

想要加强教辅图书编辑策划的合理性，应该从市场需求出发，加强市场调研力度，教辅图书编辑人员要提高市场应变能力，明确教辅图书的创新点，提高自己的分析能力，了解教学改革方向提高教辅图书的适用性和趣味性，所以在图书选题策划时，需抓住各个关键点，如图 2 所示。

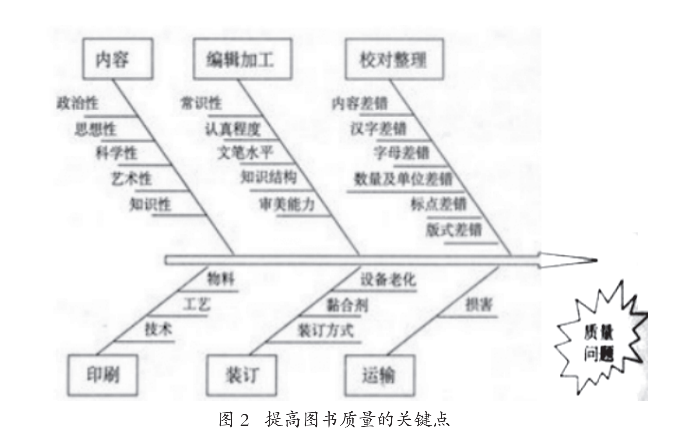


图 2　提高图书质量的关键点

具体可以从以下几个方面提高图书选题策划的实用性。

2.6.1　提高图书整体质量的措施

出版单位可以从图书内容、编辑加工、校对整理、印刷、装订等方面着手，提高图书的整体质量。如图 2

所示，在图书内容方面，要提高图书的专业性，确保知识内容的时效性、政治性、知识性，在内容编辑过程中要避免出现常识性错误，编辑人员不仅要提高自己的专业能力，还要具备一定的文笔，在编辑过程中要反复推敲，确保用词、用句的准确性，提高知识结构的合理性，同时也要具备一定的审美能力，图书的排版、封面、内容布局也影响着图书的整体质量和销售量。值得注意的是，图书的校对整理是出版前最重要的工作内容。校对人员要根据具体的要求制定合理校对方案，确定图书校对的重点、要点环节，加强对汉字、字母、标点、数量单位、版式等方面的校对力度，明确每个校次的工作目标，此外还要制定科学合理的印刷、装订工艺，提高图书的整体质量。

2.6.2　深入市场调研

编辑人员必须深入市场进行调研，明确市场的需求，掌握当前教辅图书的实际销售情况和销售过程中存在的难题，找出影响销售额的主要原因。封面设计不合理、知识点存在漏洞、知识难度不符合学生的学习需求都会影响销售量，如果知识点出现错误会直接导致该系列图书作废，给出版单位造成不可估量的经济损失，同时还会影响出版单位的口碑和形象，降低市场竞争力，不利于出版单位的稳定持续发展。[7] 因此，编辑人员必须了解教辅图书的行业现状，在选题策划工作开展之前要进入学校周边图书销售店，展开全面调研，明确市场的变化情况。深入分析畅销书的特点，对市场的变化做出正确、全面的分析和判断，提高教辅图书选题策划的质量。其次，编辑人员应该与学校教研团队和学生建立良好的沟通交流，积极采纳学校老师的有效建议，明确当前教辅图书中存在的不足和优势，从而制定教辅图书的选题策划目标，解决学生在学习过程中遇到的难题，提高选题策划的合理性、准确性和全面性，满足教师教学和学生学习的实际需求。

2.6.3　加强自身的判断力

在教辅图书的选题策划过程中要明确政治原则问题、思想认识问题、知识点问题，编辑人员要具备是非分辨能力，避免在教辅图书中出现政治敏感性话题，产生错误的思想引导，基于以上原因，首先编辑人员必须提升自己的辨别能力，全面控制教辅图书的整体质量。其次，要综合判断教辅图书的发展趋势，明确教学大纲的变更点和创新点，充分发挥出自身的专业素质和职业水平，不断开拓教辅图书出版行业市场，提升出版单位的市场竞争力，满足时代发展的需求。在编辑工作开展过程中，教辅图书编辑人员必须不断学习先进知识，提升自己的选题策划水平和素质。[8] 全面把控教辅图书的整体质量，明确教学改革的方向和具体内容，要结合互联网时代背景，积极应用大数据技术、云计算技术提高选题策划的合理性和科学性，为满足新时代背景下学生学习的多元化需求，编辑人员要创新自己的编辑风格，提高教辅图书的实用性、趣味性，为增加图书的销售量奠定基础。

结语

综上所述，在“互联网 +”时代背景下，用户的学习习惯、阅读习惯都在发生着巨大的改变，想要加强图书选题策划的合理性，编辑人员必须深入市场进行调研，充分了解用户的实际需求，明确出版行业的发展趋势。以教辅图书编辑为例，编辑人员必须要及时了解教育改革的实际情况，在实际工作中不断提升自身的专业素质，塑造良好的行业口碑和形象，从而提升出版单位的市场竞争力。媒

参考文献

[1] 苏国栋 . 论“互联网 +”时代图书选题策划工作的创新对策 [J]. 传媒论坛，2021（16）：87-88.
[2] 贾江涛 . 浅析信息化环境下图书编辑做好选题策划的策略 [J]. 文化创新比较研究，2017（11）：36，38.
[3] 张宏学 . 浅析信息化环境下图书编辑做好选题策划的策略 [J]. 新闻研究导刊，2017（23）：243-244.
[4] 张学梅，许军舰，郑建芬，等 . 大综述的组稿策略及其影响力分析 [J]. 中国科技期刊研究，2021（2）：194-198.
[5] 张立武 . 出版业变革时代传统出版社图书编辑的应对策略 [J]. 出版科学，2016（1）：39-41.
[6] 周海燕 . 浅谈图书策划编辑的创新意识培养和创新能力提高 [J]. 新闻研究导刊，2016（11）：259-259.
[7] 王鹏涛，白雪 . 我国出版企业知识付费内容开发的升级策略研究 [J]. 中国编辑，2019（9）：38-44.
[8] 于丹 . 谈互联网时代出版社编辑职业能力的提升 [J]. 才智，2019（14）：232.

作者简介：彭明兰（1980-），女，江西永新，副编审，研究方向：土建类图书策划编辑。

（责任编辑：张晓婧）